

Capital Campaign

Report from the Campaign Chair and the Rector & Vice-Chancellor

Preparing for the most ambitious fundraising initiative in Concordia's history required considerable time and planning. We are pleased to report that the first year of The Campaign for a New Millennium has been extremely successful.

The "quiet" phase of the three-year Campaign got underway last Fall with recruitment of the volunteer leadership, and approval of the Table of Needs, which contains some of the University's most urgent priorities. This was followed by solicitation of the "University Community" — faculty, staff, students and members of the Board of Governors. At the same time, external solicitation began with approaches to prospective donors able to make gifts of \$500,000 and above.

The Campaign, which was officially launched in October 1997, has already raised \$34 million of the \$55 million goal. This achievement is due in large part to the efforts of the Leadership Gifts Division chaired by Jacques Ménard. The \$55 million will be used for student financial aid, library collections, improved recreational facilities, technological improvements throughout the University, and research and teaching endowments. Listed on this page is a summary of the Table of Needs and the membership of the Campaign Cabinet.

One of the key factors that will ensure the Campaign's success is the commitment demonstrated by the internal community and members of the Board of Governors. To date, more than \$13 million dollars has been pledged by this constituency. This figure will continue to increase during the coming months. Following an extensive consultative process, student leaders agreed to support the Campaign on a fee-per-credit basis for the next ten years. In a show of solidarity and dedication to their institution, students will direct close to \$9 million to Recreation and Athletics, Student Financial Aid, Libraries and their own Student Life Initiative Capital Fund.

Furthermore, we are very proud of the powerful contingent of business and financial leaders making the case for Concordia in Montreal and Toronto, and who will eventually, expand their efforts throughout Western Canada. In Toronto, Campaign Vice-Chair Brian Steck held a well-attended luncheon last June 26 to pave the way for the Toronto Campaign.

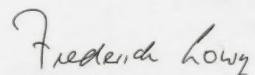
In addition to our volunteer leadership, we feel privileged to have enlisted the support of four great Canadians as Honorary Patrons of The Campaign for a New Millennium. It's not every cause that can draw the support of Matthew Barrett, Charles Bronfman, André Desmarais and Eric Molson.

Concordia is built, and will continue to be built on Fresh Ideas. This hallmark is one of which Concordia is justifiably proud. The ideas that have shaped our University, and by extension our city and our country, have been brought to the institution by its students, its faculty, its staff, its administrators and, of course, its alumni and other friends. We have every intention of celebrating these fresh ideas throughout the duration of the Campaign. The tradition of innovation is nothing new to Concordia; it has been carried over from our founding institutions — Sir George Williams University and Loyola College both featured original approaches that emphasized flexibility in education and accessibility to all students.

Fresh Ideas — The Campaign for a New Millennium represents a turning point in Concordia's history and we are proud to be so closely involved with its development. We would like to take the opportunity to thank those of you who have already responded so generously to the call of the Campaign, and to invite all of Concordia's friends to support this great institution.



Ronald Corey, C.M.
Campaign Chair



Frederick Lowy
Rector & Vice-Chancellor



Table of needs

The Campaign for a New Millennium will raise \$55 million. It will provide Concordia with the resources to build on its areas of excellence and to strengthen its leadership role as a progressive and relevant university. The funds secured will be distributed according to the following categories.

| | |
|--|--------------|
| Student Support | \$20,000,000 |
| Renewal of Academic Facilities | \$12,000,000 |
| Upgrading Teaching and Research Technology | \$11,700,000 |
| Endowments for Teaching and Research | \$8,300,000 |
| Library and Special Initiatives | \$3,000,000 |

Campaign Committee

| | |
|----------------------|---|
| *Ronald Corey, C.M. | Campaign Chair |
| *Frederick H. Lowy | Rector & Vice-Chancellor |
| *Brian J. Steck | Vice-Chair (Toronto) |
| *Leonard Ellen | Honorary Treasurer |
| *L.-Jacques Ménard | Leadership Gifts Chair |
| *Richard J. Renaud | University Community Chair |
| Anne Kerby | Staff Vice-Chair |
| Fran Shaver | Faculty Vice-Chair |
| David Janssen | Student Vice-Chair |
| Brian Counihan | Retirees Vice-Chair |
| *Humberto Santos | Major Gifts Chair |
| *John Parisella | Special Gifts Chair |
| *Donat Taddeo | Campaign Executive Vice-Chair |
| *Carole Kleingrib | Campaign Director |
| Marcel Danis | Vice-Rector, Institutional Relations |
| *Christopher D. Hyde | Director University Advancement and Associate Vice-Rector Institutional Relations |

*Members of the Campaign Cabinet

Honorary Patrons

Matthew W. Barrett, O.C.
Charles Bronfman, P.C., C.C.
André Desmarais, BComm '78
Eric Molson, Chancellor



Campagne de financement

Rapport du président de la Campagne et du recteur et vice-chancelier

La préparation de la plus importante Campagne de financement qu'ait jamais entreprise l'Université Concordia a nécessité beaucoup de temps et une planification rigoureuse. Nous sommes heureux d'annoncer que la première année de la *Campagne du III^e millénaire* s'est extrêmement bien déroulée.

La phase préparatoire de cette Campagne de trois ans a démarré l'automne dernier par le recrutement du Comité de direction des bénévoles et par l'approbation de la Liste des besoins prioritaires, qui fait état de quelques-unes des priorités les plus pressantes de l'Université. Nous avons ensuite pressenti la « Communauté universitaire » : corps professoral, personnel, étudiants et membres du Conseil d'administration ; en même temps, nous avons commencé à solliciter d'éventuels donateurs externes en mesure de faire des dons de 500 000 \$ et au-delà.

La Campagne, qui a été officiellement inaugurée cet automne, a déjà recueilli plus de 34 M \$ de son objectif de 55 M \$. Ces excellents résultats sont dûs grâce à la réussite de la division des dons exceptionnels présidée par Jacques Ménard. Les fonds recueillis serviront à subventionner l'aide financière aux étudiants, les collections de la bibliothèque, l'amélioration de nos équipements de sports et de loisirs, la modernisation technologique de nos installations à la grandeur de l'Université ainsi que la dotation de chaires et de postes de professeurs distingués. On trouvera ci-après un Sommaire des besoins prioritaires ainsi que la composition du cabinet de la Campagne.

L'un des facteurs clés du succès de la Campagne est sans contredit le remarquable engagement démontré par la communauté interne et les membres du Conseil d'administration qui, à ce jour, nous ont fait des promesses de dons de plus de 13 M \$; ce montant devrait encore s'accroître au cours des mois à venir. Par suite d'une consultation en profondeur, les dirigeants étudiants ont convenu d'apporter le soutien de leurs associations en autorisant un prélèvement à la base (par crédit) au cours des dix prochaines années. Manifestant clairement leur solidarité et leur attachement à leur alma mater, les étudiants assigneront ainsi directement près de 9 M \$ aux loisirs et aux sports, à l'aide financière aux étudiants, aux bibliothèques ainsi qu'à leur propre Fonds d'immobilisations pour initiatives étudiantes.

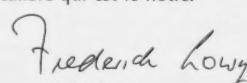
En outre, nous sommes très fiers d'avoir attaché à notre cause un groupe influent du milieu des affaires et de la finance qui se charge de faire la promotion de l'Université Concordia à Montréal et à Toronto et, éventuellement, dans tout l'Ouest du Canada. À Toronto, le vice-président de la Campagne, Brian Steck, a présidé le 26 juin dernier un déjeuner d'information auquel ont assisté en grand nombre les diplômés chargés d'aider l'Université à mener la Campagne dans la région de Toronto.

En plus de pouvoir compter sur notre dynamique Comité de direction des bénévoles, nous avons le privilège d'être épaulés par quatre prestigieux Canadiens qui ont accepté d'agir à titre de présidents honoraires de la *Campagne du III^e millénaire*. Rares sont les causes qui peuvent se vanter de bénéficier du soutien enthousiaste de Matthew Barrett, Charles Bronfman, André Desmarais et Eric Molson.

L'Université a voulu axer sa Campagne autour du thème des Nouveaux horizons, indiquant par là son ouverture aux perspectives qui se dessinent, qu'elle a toujours su et qu'elle continuera de dégager avec audace. Pour continuer au fil des ans à rayonner sur notre ville et sur notre pays, elle a largement puisé aux idées et aux propositions mises de l'avant par des cohortes d'étudiantes et d'étudiants ainsi, bien sûr, que par le corps professoral, le personnel, la direction, les diplômés-es et les amis-es. Toujours prête à innover dans la foulée de ses deux établissements fondateurs, l'Université Sir George Williams et le Collège Loyola, elle propose à leur exemple une approche originale qui met l'accent sur la souplesse dans les études et l'accessibilité pour tous les étudiants.

Nouveaux horizons – la *Campagne du III^e millénaire* est un point tournant de l'histoire de l'Université et nous sommes fiers d'y être associés de près. Nous voulons profiter de l'occasion pour remercier tous ceux et celles d'entre vous qui ont généreusement répondu à notre appel et inviter tous les amis-es de l'Université à soutenir cet établissement de haut calibre qui est le nôtre.


Ronald Corey, C.M.
Président de la Campagne


Frédéric Lowy
Recteur et vice-chancelier

Sommaire des besoins

La Campagne du III^e millénaire permettra de recueillir 55 M \$. Elle fournira à Concordia les ressources nécessaires au renforcement de ses domaines d'excellence et à son rôle de leader en tant qu'université progressiste et ancrée dans la réalité. Les fonds seront répartis dans les catégories suivantes :

| | |
|---|---------------|
| Aide aux étudiants | 20 000 000 \$ |
| Rénovation des installations de recherche et d'enseignement | 12 000 000 \$ |
| Perfectionnement technologique de la recherche et de l'enseignement | 11 700 000 \$ |
| Dotations – Enseignement et recherche | 8 300 000 \$ |
| Bibliothèque et projets spéciaux | 3 000 000 \$ |

Comité de la Campagne

| | |
|----------------------|---|
| *Ronald Corey, C.M. | Président de la Campagne |
| *Frederick H. Lowy | Recteur et vice-chancelier |
| *Brian J. Steck | Vice-président (Toronto) |
| *Leonard Ellen | Trésorier honoraire |
| *L.-Jacques Ménard | Président, Dons exceptionnels |
| *Richard J. Renaud | Président, Communauté universitaire |
| Anne Kerby | Vice-présidente, Personnel |
| Fran Shaver | Vice-présidente, Corps professoral |
| David Janssen | Vice-président, Étudiants |
| Brian Counihan | Vice-président, Retraités |
| *Humberto Santos | Président, Dons majeurs |
| *John Parisella | Président, Dons spéciaux |
| *Donat Taddeo | Vice-président exécutif de la Campagne |
| *Carole Kleingrib | Directrice de la Campagne |
| Marcel Danis | Vice-recteur, Relations institutionnelles |
| *Christopher D. Hyde | Directeur, Soutien universitaire et Vice-recteur associé, Relations institutionnelles |

*Membres du Conseil de la Campagne

Présidents d'honneur

Matthew W. Barrett, O.C.
Charles Bronfman, P.C., C.C.
André Desmarais, BComm 78
Eric Molson, Chancelier